التجارة الداخلية و التجارة الدولية:



التجارة المحلية، أو التجارة الداخلية، هي تبادل السلع والخدمات داخل حدود دولة واحدة. تشمل هذه التجارة التعاملات بين الأفراد والشركات والمؤسسات داخل نفس البلد، وتلعب دورًا حيويًا في سير الاقتصاد الوطني.

مفهوم التجارة المحلية:

تتم جميع العمليات التجارية داخل حدود الدولة.
تشمل تبادل السلع والخدمات بين مختلف الأطراف داخل البلد.
تعتبر أساسية للاقتصاد الوطني، حيث تضمن توزيع الموارد وتلبية احتياجات السكان.

أهمية التجارة المحلية:

تساهم في نمو الاقتصاد المحلي من خلال تداول السلع والخدمات داخل البلد.

تساعد في توفير فرص العمل والحد من البطالة.
تعزز التنمية المستدامة للمجتمعات المحلية.
تساهم في الحفاظ على التراث الثقافي والحرف اليدوية المحلية.

أمثلة على التجارة المحلية:

شراء الخضروات من سوق محلي.
شراء الملابس من متجر في المدينة.
الاستفادة من خدمات صيانة السيارات في ورشة محلية.
شراء المنتجات المصنوعة يدويًا من حرفيين محليين.

البيع بالتجزئة:

البيع بالتجزئة هو عملية بيع المنتجات أو الخدمات مباشرة للمستهلكين النهائيين للاستخدام الشخصي أو العائلي، بدلاً من بيعها لتجار آخرين أو شركات. هذا يعني أن المستهلك هو الذي يشتري المنتج أو الخدمة للاستخدام الخاص به وليس لإعادة بيعها.

بشكل أكثر تفصيلاً:

- **البيع المباشر للمستهلك:**

يختلف البيع بالتجزئة عن البيع بالجملة، حيث يتم بيع المنتجات بكميات كبيرة لتجار آخرين أو شركات. في البيع بالتجزئة، يتم البيع بكميات صغيرة أو فردية مباشرة للمستهلك النهائي.

- **الاستخدام الشخصي:**

يهدف البيع بالتجزئة إلى تلبية احتياجات المستهلكين الفردية أو العائلية، وليس لأغراض تجارية أو صناعية.

- **قنوات البيع:**

يمكن أن يتم البيع بالتجزئة من خلال مجموعة متنوعة من القنوات، بما في ذلك المتاجر التقليدية، والمتاجر الإلكترونية، والبيع عبر الهاتف، وحتى البيع من الباب إلى الباب.

- **أمثلة:**

تشمل أمثلة البيع بالتجزئة بيع الملابس، والمواد الغذائية، والأجهزة الإلكترونية، والأثاث، والخدمات مثل المطاعم، وصالونات الحلاقة، وخدمات تأجير السيارات.

- **أهمية البيع بالتجزئة:**

يمثل البيع بالتجزئة جزءًا كبيرًا من الاقتصاد، حيث يساهم في توزيع المنتجات والخدمات من المصنعين إلى المستهلكين النهائيين.

البيع بالجملة:

البيع بالجملة هو عملية بيع كميات كبيرة من السلع لتجار التجزئة أو للمؤسسات أو لشركات أخرى، بدلاً من البيع للأفراد مباشرة. يشتري تاجر الجملة السلع بكميات كبيرة من المنتجين أو الموزعين، ثم يعيد بيعها بكميات أقل لتجار التجزئة أو لعملاء آخرين.

شرح مفصل:
الكمية:
يتميز البيع بالجملة ببيع كميات كبيرة من المنتجات، مما يتيح لتاجر الجملة الاستفادة من وفورات الحجم وتخفيض التكاليف.
العملاء:
يستهدف البيع بالجملة تجار التجزئة، والمؤسسات، والشركات الأخرى، وليس المستهلكين النهائيين.
السعر:
عادة ما يكون سعر البيع بالجملة أقل من سعر البيع بالتجزئة، مما يسمح لتجار التجزئة بتحقيق ربح عند بيع المنتجات للمستهلكين.
الهدف:
يهدف البيع بالجملة إلى تلبية احتياجات تجار التجزئة والمؤسسات من المنتجات بكميات كبيرة، وتوفير الوقت والجهد في البحث عن الموردين والشراء منهم.
أهمية البيع بالجملة:
يلعب البيع بالجملة دورًا حيويًا في سلسلة التوريد، حيث يربط بين المنتجين وتجار التجزئة، ويسهل عملية توزيع المنتجات على نطاق واسع.
أمثلة على البيع بالجملة:
شراء كميات كبيرة من الملابس من مصنع وبيعها لتجار

الملابس في الأسواق.
شراء كميات كبيرة من المواد الغذائية من الموردين وبيعها للمطاعم والفنادق.
شراء كميات كبيرة من الأجهزة الإلكترونية من الشركات المصنعة وبيعها لمتاجر الإلكترونيات.

التجارة الدولية:

التجارة الدولية هي تبادل السلع والخدمات بين الدول المختلفة. تشمل التجارة الدولية عمليات الاستيراد والتصدير، وتلعب دورًا هامًا في نمو الاقتصاد العالمي من خلال توفير السلع والخدمات التي قد لا تكون متاحة محليًا، وتوسيع الأسواق للشركات، وتعزيز المنافسة.

شرح مفصل:

التعريف:

التجارة الدولية هي عملية بيع وشراء السلع والخدمات بين دولتين أو أكثر.

الأهمية:

تلبية احتياجات الأسواق: تسمح التجارة الدولية للدول بتلبية احتياجاتها من السلع والخدمات التي قد لا تنتجها محليًا.

توسيع الأسواق: توفر التجارة الدولية فرصًا للشركات لتوسيع أسواقها وبيع منتجاتها وخدماتها في الخارج.

تعزيز المنافسة: تؤدي التجارة الدولية إلى زيادة المنافسة

بين الشركات، مما يؤدي إلى تحسين جودة المنتجات والخدمات وخفض الأسعار للمستهلكين.
النمو الاقتصادي: تساهم التجارة الدولية في النمو الاقتصادي من خلال زيادة الإنتاجية، وخلق فرص العمل، وزيادة الدخل القومي.
أمثلة على السلع المتداولة:
تشمل السلع المتداولة في التجارة الدولية الأجهزة الإلكترونية، والملابس، والآلات، والسلع الرأسمالية، والمواد الغذائية، والمواد الخام، والخدمات.
الآثار:
الايجابية: توفير فرص عمل، وتعزيز النمو الاقتصادي، وتوسيع نطاق الخيارات المتاحة للمستهلكين.
السلبية: قد تواجه الصناعات المحلية تحديات في المنافسة مع الشركات الأجنبية، وقد يؤدي ذلك إلى فقدان الوظائف في بعض القطاعات.
أمثلة على المؤسسات:
منظمة التجارة العالمية (WTO) هي منظمة دولية تعمل على تسهيل التجارة الدولية وتنظيمها.

التجارة البرية الداخلية و الدولية:

التجارة البرية تشير إلى الأنشطة التجارية التي تتم على اليابسة، وتشمل مختلف العمليات التجارية مثل البيع والشراء والتوريد والنقل البري، بالإضافة إلى الأنشطة التجارية الأخرى التي تتم على اليابسة والتي تتطلب ممارسة مهنة التجارة بشكل احترافي.

شرح مفصل:

- **التعريف:**

التجارة البرية هي كل نشاط تجاري يتم على الأرض، أي على اليابسة، سواء كان ذلك عن طريق البيع والشراء أو تقديم الخدمات أو أي نشاط تجاري آخر يمارس على الأرض.

- **أمثلة على التجارة البرية:**
- شراء وبيع البضائع والمنتجات المختلفة.
- تقديم خدمات النقل البري للبضائع والأفراد.
- الأنشطة التجارية التي تتطلب وجود محل تجاري على الأرض.
- التجارة التي تتم عن طريق وكالات تجارية على الأرض.
- **قانون التجارة البرية:**

يوجد في العديد من الدول قوانين تنظم التجارة البرية، وتحدد حقوق وواجبات التجار، وتضع إطارًا قانونيًا

لممارسة الأنشطة التجارية المختلفة على اليابسة.

- **أهمية التجارة البرية:**

تلعب التجارة البرية دورًا حيويًا في الاقتصاد الوطني، حيث تساهم في توفير السلع والخدمات للمستهلكين، وتوفر فرص عمل للعديد من الأفراد، وتساهم في نمو الاقتصاد بشكل عام.

أمثلة من النصوص:

- نص قانوني ينص على على أن الأعمال التجارية بطبيعتها تشمل شراء البضائع وغيرها من المنقولات المادية وغير المادية لبيعها بربح.
- نص قانوني آخر يوضح أن الأفراد الذين يمارسون تجارة صغيرة أو حرفة بسيطة لا يخضعون لبعض الواجبات التجارية.
- من نص قانوني آخر أن النقل البري يعتبر من الأعمال التجارية التي تمارس على وجه الاحتراف.

الموانئ التجارية:

الموانئ التجارية هي منشآت ساحلية مجهزة لاستقبال السفن وتفريغها وشحنها بالبضائع أو الركاب. وهي تلعب دوراً حيوياً في التجارة الدولية والاقتصاد، حيث تعمل كحلقة وصل بين الدول لتسهيل حركة البضائع والسلع.

أهمية الموانئ التجارية:

- **التجارة الدولية:**

تعتبر الموانئ مراكز حيوية لتصدير واستيراد البضائع، مما يعزز النمو الاقتصادي.

- **الاقتصاد:**

تساهم الموانئ في دعم الصناعات المحلية من خلال توفير فرص للتصدير والتبادل التجاري.

- **النقل واللوجستيات:**

توفر الموانئ بنية تحتية أساسية لنقل البضائع وتخزينها، مما يسهل حركة التجارة.

- **التنمية الإقليمية:**

تساهم الموانئ في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للمناطق المحيطة بها، من خلال توفير فرص العمل وزيادة الاستثمارات.

أمثلة على الموانئ التجارية:

- **ميناء الإسكندرية (مصر):** من أهم الموانئ التجارية في مصر.
- **ميناء شنغهاي (الصين):** يعتبر من أكبر موانئ العالم من حيث حجم البضائع.
- **ميناء سنغافورة:** من الموانئ الرئيسية في حركة التجارة العالمية.

أنواع الموانئ التجارية:

- **الموانئ متعددة الأغراض:** تستقبل مختلف أنواع السفن والبضائع.

- **الموانئ المتخصصة:** مخصصة لنوع معين من البضائع، مثل الموانئ البترولية أو التعدينية.
- **موانئ الحاويات:** مجهزة لتداول الحاويات بشكل رئيسي.

التخليص الجمركي:

التخليص الجمركي هو الإجراءات القانونية والإدارية التي تتم لإدخال أو إخراج البضائع من وإلى أي بلد، عبر الحدود، مع التأكد من الالتزام بالقوانين واللوائح الجمركية المحلية والدولية. يشمل ذلك تقديم المستندات اللازمة، وفحص البضائع، ودفع الرسوم والضرائب المستحقة.

شرح مفصل:

التخليص الجمركي هو عملية حيوية في التجارة الدولية، حيث يضمن مرور البضائع عبر الحدود بشكل قانوني ومنظم. هذه العملية لا تقتصر على مجرد فحص الأوراق، بل تشمل أيضًا فحص البضائع للتأكد من مطابقتها للمعلومات الواردة في المستندات، والتأكد من عدم وجود مواد ممنوعة أو خطرة، ودفع الرسوم والضرائب الجمركية.

أهمية التخليص الجمركي:

ضمان الامتثال للقوانين:

يضمن التخليص الجمركي أن جميع البضائع المستوردة أو المصدرة تتوافق مع القوانين واللوائح المحلية والدولية، مما يحمي الاقتصاد الوطني ويمنع الممارسات غير

القانونية.
تسهيل حركة التجارة:
يساعد التخليص الجمركي على تسهيل حركة البضائع عبر الحدود، مما يعزز التجارة ويساهم في النمو الاقتصادي.
حماية المستهلكين:
من خلال فحص البضائع والتأكد من سلامتها، يساهم التخليص الجمركي في حماية المستهلكين من المنتجات المقلدة أو غير الآمنة.
زيادة الإيرادات الحكومية:
تساهم الرسوم والضرائب الجمركية التي يتم تحصيلها في التخليص الجمركي في زيادة الإيرادات الحكومية، والتي يمكن استخدامها في تمويل المشاريع والخدمات العامة.
الخطوات الرئيسية في التخليص الجمركي:
1. تقديم المستندات:
يتم تقديم المستندات المطلوبة للسلطات الجمركية، مثل الفواتير التجارية، وقوائم التعبئة، وشهادات المنشأ، وبوالص الشحن.
2. فحص البضائع:
يتم فحص البضائع للتأكد من مطابقتها للمستندات المقدمة وللتأكد من عدم وجود مواد ممنوعة أو خطرة.
3. دفع الرسوم والضرائب:
يتم حساب الرسوم والضرائب الجمركية المستحقة على

البضائع، ويتم دفعها للسلطات الجمركية.
4. الإفراج عن البضائع:
بعد الانتهاء من الإجراءات السابقة، يتم الإفراج عن البضائع للسماح لها بالدخول إلى البلد أو الخروج منه.
أهمية التعامل مع وسيط جمركي:
نظرًا لتعقيد إجراءات التخليص الجمركي، قد يكون من المفيد التعامل مع وسيط جمركي متخصص. يقوم الوسيط الجمركي بدور الوسيط بين المستورد أو المصدر ودائرة الجمارك، ويساعد في إعداد المستندات، وفهم القوانين واللوائح، ودفع الرسوم والضرائب، مما يضمن تخليص البضائع بسرعة وكفاءة.

مخازن التوريد:

مخازن التوريد، أو مستودعات التوريد، هي المرافق التي يتم فيها تخزين المواد الخام، والسلع قيد التصنيع، والمنتجات النهائية، والبضائع الأخرى المستخدمة في سلسلة التوريد]. تهدف هذه المخازن إلى ضمان توفر المواد اللازمة للإنتاج والتشغيل، وتسهيل تدفق البضائع داخل وخارج المؤسسة.

أهمية مخازن التوريد:

- **تخزين المواد والمنتجات:**

توفير مساحة آمنة لتخزين المواد الخام، والمنتجات قيد التصنيع، والمنتجات النهائية.

- **تنظيم المخزون:**

إدارة تدفق البضائع داخل المخزن، وتتبع حركة المواد، وتحديد الكميات المطلوبة.

- **ضمان الجودة:**

الحفاظ على جودة المواد المخزنة، ومنع التلف أو الفساد.

- **تحسين الكفاءة:**

تسهيل عمليات الاستلام، والتخزين، والصرف، مما يقلل من التكاليف ويزيد من الكفاءة.

- **دعم سلسلة التوريد:**

توفير المواد اللازمة لعمليات الإنتاج والتصنيع، وضمان استمرارية العمليات.

- **تقليل الهدر:**

إدارة المخزون بكفاءة، وتجنب تكدس المخزون الزائد أو النقص في المخزون.

- **تحسين خدمة العملاء:**

توفير المنتجات المطلوبة للعملاء في الوقت المناسب، مما يعزز رضا العملاء.

أنواع المخازن:

- **مخازن المواد الخام:** لتخزين المواد الخام المستخدمة في الإنتاج.
- **مخازن العمل الجاري:** لتخزين المنتجات التي هي قيد

التصنيع.

- **مخازن المنتجات النهائية:** لتخزين المنتجات الجاهزة للتوزيع والبيع.
- **مخازن قطع الغيار:** لتخزين قطع الغيار اللازمة للصيانة والإصلاح.
- **مخازن المواد التالفة:** لتخزين المواد التي لا يمكن استخدامها أو بيعها.

عناصر إدارة المخازن:

- **التخطيط:**

تحديد احتياجات المخازن، وتحديد مواقع التخزين المناسبة، وتحديد الكميات المطلوبة من كل صنف.

- **التنظيم:**

ترتيب وتنظيم المخزون داخل المخازن، وتحديد طرق التخزين المناسبة.

- **التشغيل:**

استلام البضائع، وتخزينها، وصرفها، وتتبع حركتها.

- **المراقبة:**

مراقبة مستويات المخزون، والتأكد من سلامة البضائع، والتحقق من جودة المخزون.

أهمية إدارة المخازن:

- **توفير التكاليف:**

من خلال إدارة المخزون بكفاءة، وتجنب تكدس المخزون

الزائد أو النقص في المخزون.

- **تحسين الكفاءة:**

من خلال تسهيل عمليات الاستلام، والتخزين، والصرف.

- **تحسين خدمة العملاء:**

من خلال توفير المنتجات المطلوبة للعملاء في الوقت المناسب.

- **تجنب الخسائر:**

من خلال الحفاظ على جودة المواد المخزنة، ومنع التلف أو الفساد.

- **تحسين الربحية:**

من خلال إدارة المخزون بكفاءة، وتجنب الخسائر، وتحسين الكفاءة.

باختصار، تعد مخازن التوريد جزءًا حيويًا من أي سلسلة توريد، وتلعب دورًا رئيسيًا في ضمان استمرارية العمليات، وتحقيق الكفاءة، والحد من التكاليف.

تكلفة الإنتاج هي مجموع التكاليف التي تتكبدها الشركة لإنتاج منتج أو تقديم خدمة. تشمل هذه التكاليف المواد الخام، والعمالة، والنفقات العامة مثل الإيجار، والمرافق، والتكاليف الإدارية. فهم تكلفة الإنتاج أمر بالغ الأهمية لاتخاذ قرارات التسعير، وإدارة التكاليف، وتحقيق الربحية.
العناصر الرئيسية لتكلفة الإنتاج:

المواد المباشرة:
المواد التي تستخدم مباشرة في إنتاج المنتج (مثل الأقمشة في صناعة الملابس).
العمالة المباشرة:
أجور العمال الذين يشاركون بشكل مباشر في عملية الإنتاج.
التكاليف الصناعية غير المباشرة (التكاليف العامة):
تكاليف لا ترتبط مباشرة بمنتج معين، ولكنها ضرورية للإنتاج بشكل عام (مثل الإيجار، والمرافق، وأجور المشرفين).
أنواع تكاليف الإنتاج:
التكاليف الثابتة:
التكاليف التي لا تتغير بتغير حجم الإنتاج (مثل الإيجار).
التكاليف المتغيرة:
التكاليف التي تتغير مع تغير حجم الإنتاج (مثل المواد الخام).

أهمية حساب تكلفة الإنتاج:
التسعير:
تساعد في تحديد سعر بيع المنتج أو الخدمة بشكل مربح.
الرقابة على التكاليف:
تساعد في تحديد المجالات التي يمكن فيها خفض التكاليف.

اتخاذ القرارات:
تمكن الشركات من اتخاذ قرارات مستنيرة بشأن الإنتاج والمبيعات.
تقييم الأداء:
تساعد في تقييم كفاءة عمليات الإنتاج.
السعر النهائي للمنتج:
السعر النهائي للمنتج هو المبلغ الإجمالي الذي يدفعه المشتري للبائع مقابل الحصول على المنتج، ويشمل جميع التكاليف الإضافية مثل الضرائب ورسوم الشحن. بعبارة أخرى، هو السعر الذي يظهر على الفاتورة النهائية للمنتج.
شرح مفصل:

- **تكاليف الإنتاج:**

تشمل جميع النفقات التي تكبدها المنتج لإنتاج السلعة، مثل المواد الخام، وأجور العمال، وتكاليف التشغيل الأخرى.

- **التكاليف غير المباشرة:**

قد تشمل تكاليف التسويق والإعلان والتوزيع.

- **هامش الربح:**

النسبة المئوية التي يضيفها البائع لضمان تحقيق ربح من بيع المنتج.
الفرق بين إيرادات المبيعات وتكاليف الإنتاج بمعنى آخر هو الفرق بين تكلفة السلعة أو الخدمة وسعر بيعها، حيث يتم إضافته على التكلفة الإجمالية التي يتحملها مُنْتِج هذه

السلع أو مقدم الخدمات لتحقيق أرباح منها.
ومن الشائع حساب هامش ربح البيع بالتجزئة كالفرق بين سعر البيع بالجملة وسعر البيع بالتجزئة.

- **الضرائب:**

تشمل ضريبة القيمة المضافة أو أي ضرائب أخرى مفروضة على المنتج.

- **رسوم الشحن والتوصيل:**

قد تشمل تكاليف نقل المنتج من مكان الإنتاج إلى المستهلك.

أهمية السعر النهائي:

- **الشفافية للمستهلك:**

يضمن معرفة المستهلك بالتكلفة الإجمالية للمنتج قبل الشراء.

- **تجنب التكاليف الخفية:**

يمنع المفاجآت غير السارة للمستهلك عند الدفع.

- **تسهيل المقارنة بين المنتجات:**

يمكن للمستهلك مقارنة الأسعار النهائية للمنتجات المختلفة لتحديد الأفضل من حيث السعر.

التسويق و الترويج:

التسويق والترويج هما مصطلحان مترابطان ولكنهما ليسا مترادفين. التسويق هو عملية شاملة تهدف إلى فهم

احتياجات ورغبات العملاء وتطوير المنتجات والخدمات التي تلبي هذه الاحتياجات، ثم الترويج لها وبيعها وتحقيق رضا العملاء. بينما الترويج هو جزء من التسويق يركز على الأنشطة التي تهدف إلى إعلام العملاء بالمنتجات أو الخدمات، وتحفيزهم على شرائها، من خلال وسائل مثل الإعلان، والعلاقات العامة، والبيع المباشر، والترويج.
ببساطة، التسويق هو المظلة الأكبر التي تشمل الترويج، والترويج هو أحد الأدوات التي يستخدمها التسويق لتحقيق أهدافه.

التسويق يشمل:

دراسة السوق: فهم احتياجات ورغبات العملاء المستهدفين.

تطوير المنتجات والخدمات: إنشاء منتجات وخدمات تلبي هذه الاحتياجات.

تحديد الأسعار: وضع أسعار تنافسية وجذابة.

التوزيع: جعل المنتجات متاحة للعملاء في الأماكن المناسبة.

الترويج: استخدام أدوات مختلفة لإعلام العملاء بالمنتجات والخدمات وتحفيزهم على شرائها.

الترويج يشمل:

الإعلان: استخدام وسائل الإعلام المختلفة للإعلان عن المنتجات والخدمات.

العلاقات العامة: بناء علاقات إيجابية مع العملاء والجمهور.

البيع المباشر: التواصل المباشر مع العملاء لبيع المنتجات

والخدمات.
الترويج: تقديم عروض خاصة وخصومات لجذب العملاء.
باختصار، التسويق هو عملية أوسع تتضمن الترويج، والترويج هو جزء من هذه العملية يركز على التواصل مع العملاء وإقناعهم بالمنتجات أو الخدمات.

By: Haytham Zeidan
https://archive.org/details/@wazefapress

Resources:

https://en.m.wikipedia.org/wiki/List_of_busiest_container_ports

https://hub.misk.org.sa/ar/insights/entrepreneurship/2023/the-differences-among-marketing-promotion-and-sales/?allowview=true

https://mafaheem.info/?p=6463

Related articles lists:
https://archive.org/details/@wazefapress/lists/1/electronics-technician-

https://archive.org/details/@wazefapress/lists/2/revolutions-in-history

https://archive.org/details/@wazefapress/lists/4/3d-printing

https://archive.org/details/@wazefapress/lists/5/business-and-trading-industry-

https://archive.org/details/@wazefapress/lists/6/automotive